LA CADENA DE VALOR DEL CALZADO EN CHINA Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN DE CHINA EN MÉXICO

ciceg
Cámara de la Industria Calzado
del Estado de Guanajuato

CENTRO DE ESTUDIOS CHINA-MEXICO
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato

Consejo Directivo 2019

Luis Gerardo González García	Presidente
Patrick Francis Wall Gutiérrez	Secretario
Salvador Sánchez Dávalos	Tesorero
Mauricio Blas Battaglia Velázquez	Vicepresidente de Prospecta
Marcos Raúl Gallardo Dobles	Vicepresidente de Comercio Exterior
Antonio García Gómez	Vicepresidente de Impulso a la Industria
Raúl Hörner Luna	Vicepresidente de SAPICA
David Cashat Padilla	Vicepresidente de Marketing e Imagen
Luis Alberto León Solís	Vicepresidente de Comercialización

Consejeros	Invitados Especiales
Santiago de Mucha Mendiola	Roberto Plascencia Torres
Alfredo Padilla Villalpando	José Trinidad Cruz Castellanos
Thomas Alfred Trivilino Reed	Michell Salim Abugaber
Álvaro Abugaber Muñoz	Sergio Macías Arana
Alejandra Rodríguez Martínez	Samuel Gasca Jaime
José Ignacio Irurita Suárez	Luis Humberto Vela Muñoz
Cozette Gutiérrez González	Rogelio León Melendez
Juan Raúl Villagrán Ontiveros	Alfredo Padilla González
Juan Manuel Martínez Micher	Louise Annette Austin Dozal
Jaime Flores Velázquez	Manuel Suárez Mendiola
	Francisco Aguirre Manrique
	Agustín López Matus
	Federico Rodríguez López
	Agustín Fonseca Ochoa
	Fernando Márquez Garza
	Martha Alicia Torres Hernández
	Francisco Aguirre Muñoz
	Jaime Soffer Alfille

Miguel García González	Titular
José Luis Mares Gutiérrez	Suplente

Producción Editorial

Revisión de contenido: **Lic. Alejandro Gómez Tamez.** Presidente Ejecutivo, CICEG

Diseño: **MPU. Guillermo Echandi Rodríguez.** Coordinador de Diseño, CICEG

Ana Cecilia Sánchez Ramos. Ejecutiva de Diseño, CICEG

Responsable de publicación: **LEM. Ulises Cuéllar Pérez.** Gte. de Comunicación y RRPP, CICEG

LA CADENA DE VALOR DEL CALZADO EN CHINA Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN DE CHINA EN MÉXICO[1]

Enrique Dussel Peters[2]

Lesbia Pérez Santillán[3]

[1] Documento elaborado para la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato (CICEG). Los autores son responsables únicos del contenido del documento y sus opiniones no necesariamente coinciden con las de la CICEG.

[2] Profesor del Posgrado en Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Coordinador del Centro de Estudios China-México (Cechimex) de la UNAM, dusselpeters.com.

[3] Doctora en Economía por el Posgrado en Economía de la UNAM, investigadora del Cechimex y académica del Centro Universitario UAEM Valle de México. Universidad Autónoma del Estado de México.

Introducción 5

1.La cadena del calzado en China 9

2.Aspectos adicionales a ser considerados para la atracción de IED china en la cadena del calzado 33

3.Conclusiones y propuestas 43

4.Bibliografía 47

Anexo 1. Algunas empresas del calzado en China 52

Anexo 2. Empresas chinas con potencial 57

Anexo 3. Marco institucional y de apoyo a la cadena del calzado en China 62

Introducción

En los últimos años la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato **(CICEG)** ha venido realizando puntuales esfuerzos para comprender los retos internos y externos de la cadena de valor del calzado (CVC) en México: del análisis de segmentos específicos de la CVC en México - incluyendo la curtiduría y la fabricación de calzado, entre otros - y sus características en la generación de valor agregado, el financiamiento, tecnológicas y de generación de empleo, a diversos análisis sobre su comercio exterior, particularmente hacia Estados Unidos y retos generados a través de la desgravación arancelaria, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el propuesto Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (TMEC), así como el Tratado de Asociación Transpacífico (TPP), el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP) y el caso particular de Vietnam.

Cada uno de estos exámenes presenta docenas de propuestas de política orientadas hacia las propias empresas, diversos organismos empresariales y el sector público local, estatal y/o federal. [4]

En el documento más reciente elaborado para la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato **(CICEG)** "Hacia una agenda para el fomento de la competitividad de la cadena de valor del calzado en México (2019-2024)" se presentan 15 propuestas específicas con el objetivo de fomentar la competitividad de la cadena de valor del calzado en México desde una perspectiva sistémica de la competitividad e integrando elementos "glocales", institucionales, así como las propias características territoriales y sociales de las empresas que constituyen la CVC en México y particularmente en Guanajuato. Ante las expectativas y planteamientos del nuevo gobierno federal 2019-2024 la CVC pareciera ser de particular relevancia ante su orientación al mercado doméstico y su potencial de exportación, la predominancia de empresas de pequeño tamaño, su muy significativa capacidad de generar empleo y la posibilidad de

[4] *Estos diversos análisis se encuentran en: http://www.ciceg.org/inteligencia.html.*

transferir segmentos de su cadena particularmente intensivos en fuerza de trabajo en el sur del país. En este mismo documento, en la propuesta 10, se señala explícitamente la posibilidad de atraer inversión extranjera directa (IED) que permita sustituir importaciones -es decir, en aquellos segmentos que no se producen en la actualidad en México- y dinamizar la CVC en sus respectivos segmentos, puntualmente en la fabricación de partes de plástico o sintéticos y de telas, entre otros. Explícitamente la propuesta señala el interés de atraer IED de países asiáticos y particularmente de China y Vietnam.[5]

En este contexto el objetivo del documento es profundizar y concretar la posibilidad de atracción de IED proveniente de la República Popular China -en lo que sigue China- y en el marco arriba descrito.

[5] *"La cadena de valor del calzado cuenta en la actualidad con un enorme potencial exportador y de inversión extranjera directa (IED). Más allá del fomento de la IED en la cadena de valor del calzado (CVC) y según las propias estrategias e intereses de las empresas extranjeras, incluso para la fabricación de calzado, el tema es estratégico para el agrupamiento de la CVC en México y, puntualmente, en Guanajuato y Jalisco. La CVC en México requiere de proveeduría local y nacional, particularmente de partes de plástico o sintéticos y de telas donde la producción actual no es suficiente. Así, la Secretaría de Economía conjuntamente con la CICEG debieran desarrollar un "Programa para la Atracción de IED para la Cadena de Valor del Calzado", en productos específicos y así, incentivar la IED según las necesidades de la CVC con el objeto de apoyar a la sustitución de importaciones y a las exportaciones. Las inversiones de empresas asiáticas –especialmente China y Vietnam– pudieran ser de particular interés en este ámbito" (Dussel Peters y Pérez Santillán, 2019).*

El análisis aporta elementos para examinar el potencial de inversiones de empresas de China en segmentos de la proveeduría de la CVC en México y en particular para el estado de Guanajuato. El análisis y respectivas propuestas, desde esta perspectiva, buscan facilitar y concretar este proceso de conocimiento de potenciales instituciones y empresas chinas interesadas en interactuar con contrapartes mexicanas y específicamente con la propia CICEG. Es por ello que el documento se divide en tres apartados.

El primero examina algunas de las características principales de la CVC en China, mientras que la segunda sección se concentra en elementos que pudieran apoyar la decisión de atraer IED china para la fabricación en México; ambos apartados buscan ser funcionales con el objetivo específico de enriquecer el conocimiento y proveer de elementos para la atracción de IED china (y más que un puntual y detallado análisis, por ejemplo, de la CVC china per se que pudiera requerir mucho más espacio y que sobrellevaría los objetivos aquí planteados). La última sección elabora las conclusiones y propuestas derivadas de los apartados previos.

1.La cadena del calzado en China

De acuerdo con datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía China superó a la estadounidense en términos de su PIB medido en dólares internacionales paridad de poder adquisitivo (PPP) a partir de 2016. En 2018 el PIB medido en PPP de China, Estados Unidos y México, representó el 19.24%, 15.03% y 1.87% del mundial, respectivamente (FMI 2019). En el ámbito manufacturero, el proceso de creciente participación de las economías asiáticas y particularmente de China constituye uno de los cambios estructurales más significativos a nivel global y desde la década de los ochenta del siglo XX, teniendo como contraparte la pérdida de participación de las economías industrializadas.

Como resultado, China ha encabezado la lista de los mayores productores manufactureros del mundo desde 2010, con una participación del 24.8% en el valor agregado manufacturero mundial (VAM) en 2017, seguida por los Estados Unidos que aporta 15.3%.

Los principales países por su producción manufacturera son Japón, Alemania, India, la República de Corea, Italia, Francia, Brasil e Indonesia que junto con China y EE.UU., representaron más del 70 % del VAM global en 2017 (UNIDO 2019).

Dentro de la producción manufacturera de China, con datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para 2018, sobresalen las actividades productos alimenticios, bebidas y tabaco que aportan 12.0% de su VAM, productos químicos y productos farmacéuticos con 11.5%, fabricación de metales básicos 10.7%, maquinaria y equipo n.c.o.p., productos informáticos, electrónicos y ópticos 8.2% y textiles, prendas de vestir, cuero y productos relacionados 8.2%. En estas últimas actividades se encuentra la cadena de valor del calzado. Es decir, en la actualidad la CVC china es una actividad manufacturera relevante, pero rebasada por otras según su participación en el valor agregado de la manufactura china.

Desde una perspectiva histórica (Morgan 2017), la antigua Unión Soviética había liderado la producción de calzado medida en millones de pares hasta principios de los años ochenta del siglo pasado. Es hasta mediados de la década de los ochenta que China emerge como el principal productor de calzado en el mundo: el crecimiento de la producción de calzado en China fue espectacular, particularmente durante la década de los ochenta, con un aumento del 71.2% en la producción de calzado entre 1980 y 1985 (en 1985 se estima una producción de 1 500 millones de pares), seguido por un aumento del 76.2% en los siguientes cinco años. Posteriormente, el ritmo de crecimiento de la producción de calzado se moderó, pero ha permitido que los productores chinos de calzado produzcan alrededor de cinco veces más que la nación competidora más cercana, India.

La información más reciente refleja que China produce más del 57% del calzado en el mundo (alrededor de 13 mil millones de pares) y muy por encima de otros países latinoamericanos y México (véase el cuadro 1).

Cuadro 1. Principales productores de calzado en el mundo.
(porcentaje sobre la producción mundial de pares de zapatos)

País	2014	2015	2016	2017
China	58.1	55.3	54.0	57.5
India	12.8	13.2	13.6	10.2
Vietnam	4.2	4.5	4.7	4.7
Brasil	4.9	4.4	4.4	3.9
Indonesia	3.6	3.6	3.7	4.6
Nigeria	2.0	2.0	2.0	2.0
Pakistan	1.2	1.2	1.3	1.7
México	1.2	1.2	1.2	1.1
Thailandia	1.1	1.1	1.1	1.1
Italia	1.0	0.9	0.9	0.8
Otros	9.9	12.5	13.1	12.4
Total	100	100	100	100

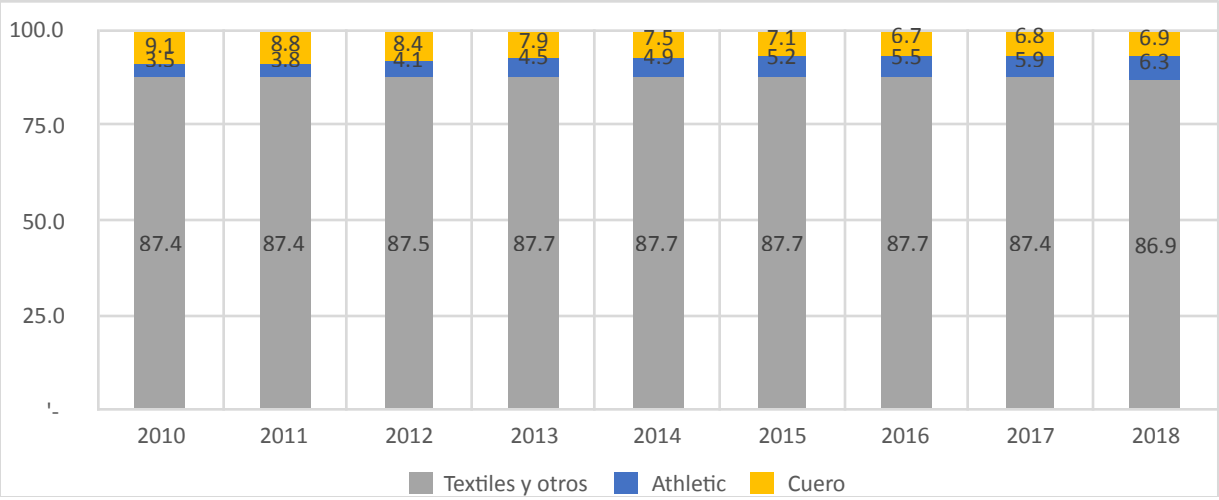
Fuente: Elaboración propia con datos de WSR y Statista.

Entre 2010 y 2018, el mercado de consumo de calzado de China aumentó de 2 453 a 2 655 millones de pares[6]. El segmento que predomina en el consumo es el calzado de textiles y otros, el cual para 2018 participaba con 86.9% del total, seguido del calzado de cuero con 6.9% y finalmente, el calzado deportivo o atlético (6.3%).

[6] Con base en datos de Statista. Cifras de la China Leather Industry Association (CLIA) estiman que en 2015 el consumo de pares de calzado alcanzó 3 800 millones (http:// tannerymagazine.com/clia-interview-president-li-yuzhong/).

En términos de ingresos, en 2018 se estima que de los 60.6 mil millones de dólares que generó el mercado de calzado en China, 67.0% correspondió al calzado de textiles y otros, 19.0% al calzado de cuero y 14.0% al tipo deportivo (véase el gráfico 1).

Gráfico 1. Participación de segmentos en el mercado de calzado de China, 2010-2018 (porcentaje sobre el consumo de pares de zapatos)



Fuente: elaboración propia con datos de Statista (marzo 2019).

Además de abastecer al principal mercado del calzado en el mundo, la CVC china se caracteriza por ser líder mundial en las exportaciones. Con base en datos de la Asociación de la Industria del Cuero de China (CLIA por sus siglas en inglés), en 2015 China contaba con una participación de más de 55.0% de la producción mundial (13 580 millones de pares), 18.4% del consumo mundial (3 800 millones de pares) y 69.1% de las exportaciones (9 880 millones de pares).

En términos de valor, la participación de las exportaciones de calzado de China en el total mundial aumentó de 18.5% en 1995 a 37.1% en 2010 y representó en 2017 el 33.3%.

La CVC en China ha experimentado profundas transformaciones desde sus inicios. Clothier (2005) señala que el despegue de la cadena del calzado se remonta a la década de los ochenta, cuando el sector público chino permitió que 14 ciudades costeras se convirtieran en centros de fabricación y fomentó activamente la inversión extranjera.

La industria del calzado chino se desarrolló rápidamente debido a las inversiones de chinos de Hong Kong, taiwaneses y surcoreanos, quienes transfirieron una industria medianamente consolidada a China. Posteriormente, la industria se afianzó en términos de cantidad de producción y calidad de los productos.

De acuerdo con el National Bureau of Statistics of China (NBS), los datos más recientes para 2017 muestran que el total de la fuerza laboral en China ascendía a 806.9 millones de personas, de las cuales 776.4 millones estaban ocupados. Del total del empleo en China, 218.2 millones de personas se encontraban empleadas en el sector secundario que incluye a las actividades manufactureras, minería, electricidad y agua (Hou, Gelb y Calabrese 2017). Al concentrar el análisis en el empleo para las manufacturas de la CVC, los datos del NBS desagregados para el sector cuero y calzado sólo corresponden al registrado para las "empresas por encima del tamaño designado".[7]

[7] *En las estadísticas nacionales la República Popular China utiliza el concepto de "por encima del tamaño designado" (above designated size) para referirse a empresas manufactureras con ingresos comerciales anuales de su negocio principales de 20 millones de yuanes o más (o más de alrededor de 3 millones de dólares).*

Con esa limitación en la información[8], para 2017 refleja que el total de empresas dedicadas a las manufacturas de cuero, piel y calzado ascendía a 8,293 establecimientos, representando tan sólo el 2.37% del total de empresas del sector manufacturero en China. Estas empresas a su vez empleaban alrededor de 2.5 millones de personas o el 3.11% del total del empleo manufacturero en China (80.6 millones de personas) (véase el cuadro 2).

De las empresas dedicadas a la manufactura de cuero, piel y calzado, llama la atención que las empresas privadas representan 60.34% del total, generan 39.7% del empleo y 41.3% de las ganancias de la industria. También destaca que las empresas medianas y grandes (el tamaño promedio total de las empresas fue de 303 empleados) representan 22.7% del total de las empresas y concentran 65.4% y 65.0% del empleo y de las ganancias generadas en la industria.

[8] Algunos reportes sobre la cadena del calzado en China retoman esta cifra de empleo, véase por ejemplo: https://www.ibisworld.com/china/market-research-reports/footwear-manufacturing-industry/ y otros documentos como Hou, Gelb y calabrese (2017) señalan que en 2014, el total del empleo de las manufacturas de prendas de vestir textiles, calzado, sombreros y productos de cuero alcanzaba 7.66 millones de trabajadores.

Cuadro 2. Características básicas de la industria del calzado y otras en China (2017)

Empresas	Total de empresas	Empleos* (miles)	Ganancias totales (millones yuanes)
Total empresas manufactureras	350,430	80,578	6,636,800
Total cuero, piel, productos de plumas y calzado.	8,293	2,510	910
Empresas industriales estatales	27	18.0	4.3
Empresas privadas	5,004	996.3	376.1
Empresas industriales con Hong Kong, Macao, Taiwán y fondos extranjeros por sector industrial	1,522	965.1	322.7
Empresas medianas y grandes	1,879	1,641.5	591.4

**Promedio anual Fuente: elaboración propia con datos de NBS (2018).*

Es importante señalar que la participación de las exportaciones de la CVC sólo representó el 2.13% de las exportaciones chinas totales en 2017 y las importaciones de la CVC el 0.39% de sus importaciones totales. En cuanto a la investigación y desarrollo de la CVC en China, llama la atención que en 2017 del total de las empresas de la CVC (8 293 empresas), el 29.8% (2 472 empresas) realizan actividades que implican productos o procesos de innovación activos; las empresas

que sólo realizan actividades de innovación de productos representaron el 19% y las que realizaron procesos de innovación alcanzaron el 16.2%.

Las empresas de la CVC en China participaron con el 0.54% del total del gasto en investigación y desarrollo que realizan las empresas manufactureras por encima del tamaño designado (NBS 2018). China, desde esta perspectiva, no sólo ha logrado incrementar la cantidad en su producción, sino que también ha alcanzado un proceso de escalamiento tecnológico relevante en los principales segmentos de la CVC desde principios del siglo XX (ACLE 2018; Begg 2019; Gereffi 2009; UNIDO 2016) y convirtiéndose en una fuerza dinámica importante a nivel global en cada uno de sus segmentos, así como en inversiones en nuevos materiales y equipo, diseño, nuevas marcas, la administración de redes de proveedores, así como nuevas formas de distribución, entre otros aspectos.

Resultado del incremento de los salarios en China, así como de estrategias globales por parte de las empresas chinas en la CVC, la inversión china también se ha incrementado en forma significativa en la última década. Si bien no existen todavía estudios sistemáticos al respecto, análisis para Bangladesh (Hasan 2018), la Unión Europea (UE 2014) y Vietnam (Ortiz Velásquez 2016) reflejan la importante y creciente presencia de inversiones chinas y la transferencia de toda una organización industrial y red de proveeduría con base en la experiencia de las propias empresas chinas. China, así, se está convirtiendo en una fuente global de IED en la CVC.

Para la comprensión de la CVC en China es fundamental entender su especialización territorial y regional. Huang, Zhang y Zhu (2006), por ejemplo, señalan a la región alrededor de la ciudad de Wenzhou -en la provincia costera de Zhejiang, al sur de Shanghái- como una de las principales zonas de producción de la CVC en China. Partiendo de condiciones agrícolas limitadas y habiendo sido históricamente una de las regiones más pobres de China, Wenzhou se ha convertido en una región altamente dinámica y altamente influenciada por la CVC.

La industria del calzado, en particular, ha pasado de tener una presencia limitada a convertirse en una de las regiones de mayor participación de mercado en China, con un grupo de conglomerados industriales relacionados a la CVC. Diversos instrumentos por parte del sector público chino -particularmente la implementación de Zonas Económicas Especiales, incentivos fiscales y reducciones arancelarias, además de subsidios masivos para las exportaciones y la búsqueda de procesos de aprendizaje e integración en forma masiva de proveedores locales y nacionales con los fabricantes de propiedad extranjera- explican este dinamismo.

El cuadro 3 refleja algunas características de las zonas más destacadas por la producción de la cadena del calzado en China. Cuatro provincias -Zhejiang, Guangdong, Fujian y Sichuan - y respectivas ciudades representan el núcleo de la CVC china en la actualidad.

Cuadro 3. Principales zonas productoras de la cadena del calzado en China

Zona productora y principal tipo de calzado	Principales características	Información básica
Wenzhou y Taizhou: **Todo tipo de calzado.**	•Ubicación: Ciudad de Wenzhou y Taizhou, provincia de Zhejiang A 400 km de Shanghái. •Productos principales: zapatos para hombre, zapatos para mujer, zapatos para niños, botas, sandalias y zapatos de seguridad, etc.	En Wenzhou se estiman alrededor de 4,000 empresas de fabricación de zapatos que producen más de 1,000 millones de pares de zapatos. En septiembre de 2001, Wenzhou fue nombrada oficialmente como la capital del calzado de China. Suministra calzado para hombres, mujeres, niños, botas, sandalias y zapatos de seguridad, entre otros. En Wenzhou, la mayoría de los fabricantes de zapatos están agrupados en tres áreas, el Distrito de Lucheng, el Condado de Yongjia y Rui. Además, hay miles de empresas dedicadas a negocios relacionados con el calzado, como suministro de máquinas para fabricar zapatos, accesorios y cueros.

Tongxiang: **Zapatos de cuero (especialmente zapatos de cuero para mujeres).**	• Ubicación: Ciudad de Tongxiang, provincia de Zhejiang 131 kilometros de distancia de Shanghái •Principales productos: zapatos de mujer, zapatos de cuero.	La industria del calzado de Tongxiang data de la década de 1980. En 2016, había más de 1,600 empresas de zapatos de cuero y de apoyo en la ciudad, ubicadas principalmente en las calles Shimen, Zhouquan, Chongfu y Fengming, con una producción anual de más de 90 millones de pares de zapatos de cuero para mujeres. La fabricación de zapatos en Tongxiang se basa principalmente en el mercado mayorista nacional e interno y se entrega rápidamente a todas las partes del país con una cadena industrial completa.

Guangzhou y Dongguan: **Zapatos de mujer y hombre.**	• Ubicación: Guangzhou y la ciudad de Dongguan, provincia de Guangdong • Productos principales: zapatos para hombres, zapatos para mujer, zapatos para niños, etc.	Dongguan es la base de la industria del calzado de Guangdong. Dongguan es actualmente la base de producción de calzado más grande del mundo, con más de 1,500 compañías de calzado, más de 2,000 compañías de apoyo y más de 1,500 comerciantes y compradores relacionados. Alrededor del 65% de los zapatos de gama alta del mundo o zapatos famosos son de Dongguan. Los zapatos deportivos ligeros representan 1/4 de los zapatos deportivos del mundo.
Fuzhou y JinJiang: **Calzado deportivo.**	•Ubicación: JinJiang, provincia de Fujian. •Principales productos: calzado deportivo.	Jinjiang es conocida como una de las capitales del calzado en la provincia de Fujian, al este de China.

Chengdu: **Zapatos de mujer.**	•Ubicación: Chengdu, provincia de Sichuan •Principales productos: zapatos de mujer, calzado deportivo.	Sichuan se ubica en el oeste de China, lejos de la costa este industrializada. Chengdu es el mayor centro de fabricación de calzado en esta región relativamente menos desarrollada. Chengdu se especializa en la producción de calzado para damas. Esta zona abastece los mercados de más de 117 países. Chengdu tiene más de 1,700 empresas de fabricación de calzado y apoyo. El distrito de Wuhou ha concentrado más del 80% de las empresas de fabricación de calzado de la ciudad y el 90% de las empresas de apoyo. Existen 4 mercados de materias primas y materiales auxiliares, 10 escuelas de capacitación técnica y más de 160 empresas de transporte logístico.

Fuente: elaboración propia con información de https://www.vonaconsulting.com/how-to-find-a-shoe-factory.html.

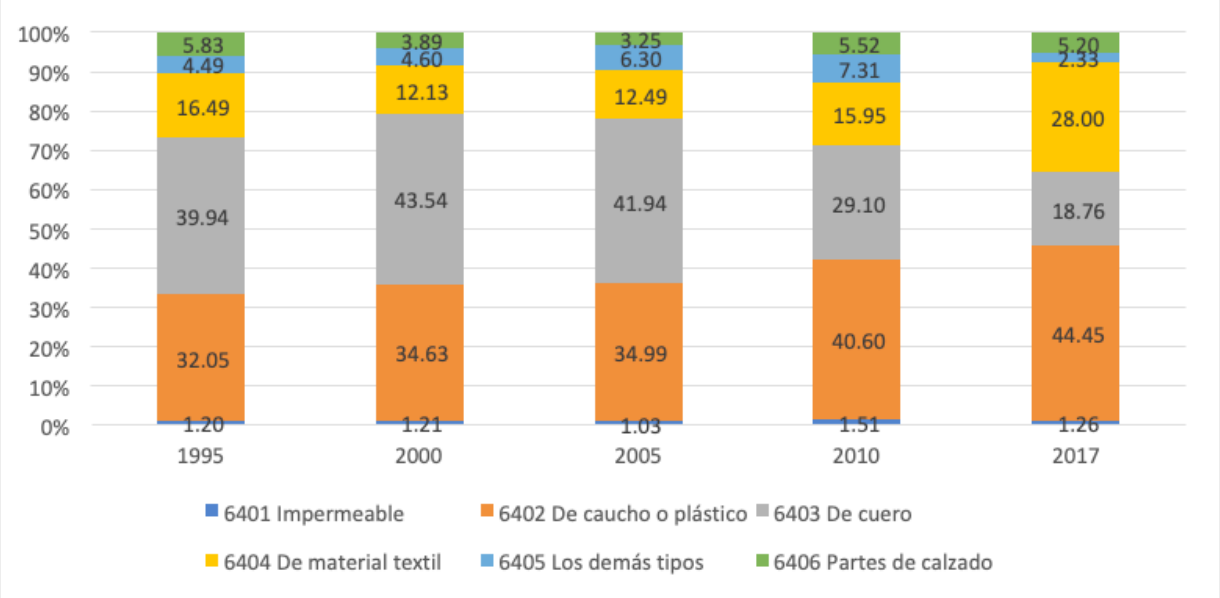
El liderazgo global de la cadena del calzado en China se ha consolidado en las décadas pasadas y en años recientes enfrenta un grupo de nuevos retos. En términos de valor, la participación de las exportaciones de calzado chino en el total mundial aumentó de 18.5% en 1995 a 37.1% en 2010, mientras ha disminuido ligeramente para 2017 con el 33.3%. En este punto, como ya se ha señalado en estudios anteriores (Dussel Peters 2016) el valor unitario de exportación del calzado proveniente de China es inferior al promedio mundial (de ahí la menor participación en términos de valor en comparación con la del volumen de producción) y al de países como México, pero es importante reconocer que China ha podido insertarse en todos los segmentos de la CVC, incluidos los de alto valor. De esta manera, no se puede generalizar o concluir que China sólo produce calzado de bajo valor agregado.

Si bien China mantiene el primer lugar como exportador de calzado, el gráfico 2 indica que la composición de las exportaciones de calzado ha cambiado a favor de los calzados de caucho y plástico y los de material textil que en 2017 aportaron en conjunto 72.5% de las

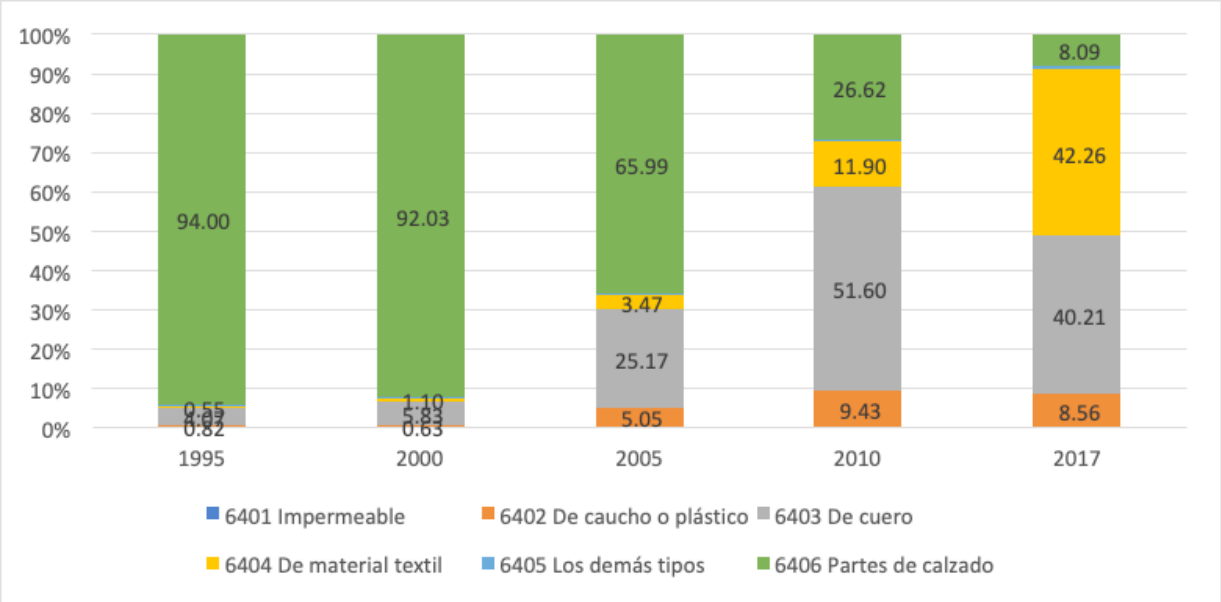
exportaciones de calzado chino; la participación del calzado de cuero ha perdido participación en las exportaciones de la CVC de China y en 2017 aportó 18.8% de las exportaciones.

Gráfico 2. Estructura de las importaciones y exportaciones de la cadena del calzado China, varios años (porcentaje)

Exportaciones



Importaciones



Fuente: elaboración propia con datos de WITS-UN Comtrade

Por el lado de las importaciones, en términos de valor, la participación de China en el total mundial se ha triplicado al aumentar de 0.7% en 1995 a 2.2% en 2017, destacando la drástica caída en las importaciones chinas de partes de calzado (del 94% del total importado de la CVC de China en 1995 al 8.09% en 2017) y resultado del creciente control de la cadena por parte de las empresas chinas, incluyendo la propia producción de la proveeduría.

Como resultado del incremento del nivel de vida y una creciente clase media, por otro lado, ha aumentado la participación de las importaciones de calzado de material textil y de cuero.

El análisis en esta sección permite puntualizar aspectos para un "Programa para la Atracción de IED para la Cadena de Valor del Calzado" en México y en Guanajuato, propuesto por la CICEG en el documento "Hacia una agenda para el fomento de la competitividad de la cadena de valor del calzado en México (2019-2024)" desde múltiples perspectivas.

Propuesta 1. En primera instancia, y considerando el todavía limitado conocimiento de China en México, así como de México en China, y particularmente en la cadena global del calzado y en las regiones altamente especializadas en la propia CVC, bien pudiera ser de interés para la CICEG proponer un hermanamiento entre las ciudades de León, Guanajuato, en México y Wenzhou, provincia de Zhejiang.

Esto bien pudiera tener implicaciones mucho más allá de la propia atracción de IED china -particularmente en el ámbito cultural, educativo, académico, transferencia de tecnología y turismo, entre muchos otros- y existen antecedentes relevantes, particularmente entre la Ciudad de México y Pekín.[9] Este esfuerzo pudiera ser parte de una estrategia de largo plazo para acercar a dos ciudades relevantes en la producción de la CVC en México y en China y con la posibilidad de que instituciones culturales, educativas y académicas extiendan y profundicen su mutuo conocimiento en sus respectivas cadenas de valor del calzado.

Propuesta 2. La propuesta de un acercamiento específico con la ciudad de Wenzhou puede ser además estratégicamente importante desde la perspectiva de la CICEG y de la CVC considerando que un grupo de instituciones -particularmente el China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT)- le ha dado recientemente a sus agencias a nivel de ciudades y provincias un mayor poder de gestión.

---

[9] Véase por ejemplo: http://www.economia.unam.mx/cechimex/index.php/es/seminarios/2-uncategorised/127-foromexicobeijing y http://www.economia.unam.mx/cechimex/index.php/es/becas-cechimex.

Esto significa concretamente que el CCPIT de la provincia de Zhejiang, bien pudiera convertirse en una muy importante contraparte para concretar el arriba señalado "Programa para la Atracción de IED para la Cadena de Valor del Calzado".[10] El Programa, desde esta perspectiva, pudiera contar como contrapartes especializadas en la CVC en China al CCPIT de la provincia de Zhejiang, así como las estructuras de promoción de la propia ciudad de Wenzhou y la provincia de Zhejiang.

Propuesta 3. En aras de lograr en un marco de seis meses la visita de una delegación de empresas chinas relevantes según los objetivos de este documento, se propone que la CICEG establezca contactos en forma paralela con el Consejero Comercial y de Inversión de la Embajada de la República Popular China en México, así como con las autoridades del CCPIT en Wenzhou y la provincia de Zhejiang, así como las respectivas instituciones responsables de comercio internacional y cooperación internacional en Wenzhou y Zhejiang.

---

[10] El CCPIT de la provincia de Zhejiang realiza un importante grupo de actividades internacionales, por ejemplo conferencias, visitas y envío de delegaciones internacionales, véase: http://en.ccpitzj.gov.cn/article/10603.html.

El Consejero Económico de la Embajada de México en Pekín y la Cónsul de México en Shanghái también debieran ser contrapartes relevantes para confirmar los detalles de esta estrategia de la CICEG en China y específicamente en Zhejiang y Wenzhou.

Propuesta 4. El Consejero Económico y Comercial de la Embajada de China en México puede jugar un papel crucial en este proceso. Se propone invitar por parte de la CICEG a León al Consejero, como primera medida de esta estrategia, en el corto plazo. El objetivo de este encuentro, además de presentarle a la CICEG y las características de la CVC en Guanajuato y en León, sería confirmar la relevancia de una estrategia para la atracción de IED china en la proveeduría de la CVC tal como se presenta en el documento.

Propuesta 5. Se propone que la CICEG inicie esta estrategia inmediatamente y realice una evaluación trimestral de los resultados en aras de lograr una efectiva visita de un grupo de funcionarios y empresas chinas a León. Sin lugar a dudas, sería interesante para la propia delegación china visitar León y la CVC durante alguna de las ediciones de SAPICA, también para demostrar la seriedad y las dimensiones de la CVC en México y en Guanajuato. En un período de máximo 12 meses se debiera contar con resultados puntuales: al menos la visita de la delegación china a León y hasta propuestas de posibles proyectos puntuales de inversión y/o coinversión con las contrapartes mexicanas.

2. Aspectos adicionales a ser considerados para la atracción de IED china en la cadena del calzado

En lo que sigue se presentan elementos adicionales que pudieran ser relevantes para la atracción de IED china en México y específicamente en la cadena de valor del calzado (CVC). Se señalan 5 aspectos que son considerados cruciales para una exitosa atracción de IED, cada una con sus respectiva propuesta.

Primero. En la actualidad la República Popular China ofrece un grupo de iniciativas y estrategias de largo plazo y hasta el 2050 -también analizado bajo el concepto de un "proceso de globalización con características chinas" (Dussel Peters 2019/a)- y particularmente bajo la Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI, por sus siglas en inglés) desde 2013.

Desde una perspectiva china, es fundamental que los países interesados en profundizar la cooperación con China suscriban un Memorándum de Entendimiento con dicha nación en el marco de BRI y sean miembros del Banco Asiático de Infraestructura e Inversiones (AIIB, por sus siglas en inglés).

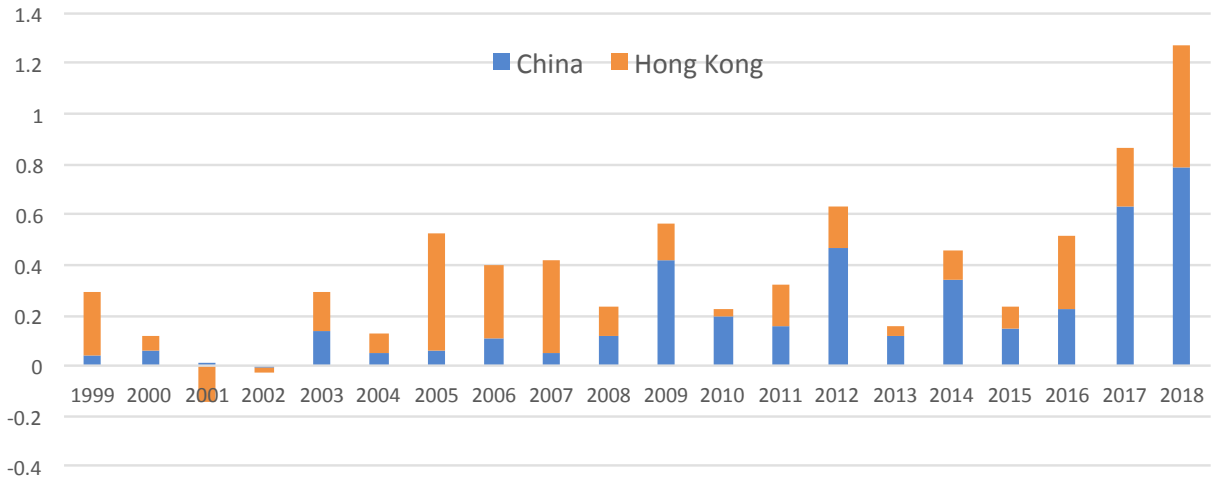
Hasta mediados de 2019 el BRI contaba con mas de 130 miembros y el AIIB con 70 miembros (44 regionales y 26 de otras regiones), así como 27 prospectivos miembros. Por el momento México no ha iniciado una discusión sobre ambos temas.

Segundo. China en la actualidad no sólo es un formidable destino de la IED global, sino que también se ha consolidado como la segunda fuente de la salida de IED (u OFDI, por sus siglas en inglés) y con alrededor de 130,000 millones de dólares anuales en el último lustro (Dussel Peters 2019/b). En ALC China se ha convertido rápidamente en una de las principales fuentes de inversión extranjera directa, acumulando en promedio 11,571 millones de dólares por año durante 2015-2018 (Dussel Peters 2019/b).

No obstante significativas diferencias en el registro de las estadísticas de la OFDI china en México -fuentes oficiales de la Secretaría de Economía registran 852 millones de dólares de OFDI china durante 2000-2018, mientras que otras fuentes registran 5 775 millones (Dussel Peters 2019/c)- los registros oficiales de la Secretaría de Economía, la OFDI china ha representado entre 1999 y 2018 el 0.21% de la OFDI total y con una ligera tendencia a la alza desde 2016 (véase el gráfico 3).

Por sector de actividad, la OFDI china se concentró en las actividades manufactureras representando en promedio 59.2% entre 1999 y 2018. A pesar de que la OFDI china en México se concentra en las actividades manufactureras, por el momento no se registra OFDI china alguna en el subsector 316 Curtido y acabado de cuero y piel, y fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedáneos ni en la rama 3162 Fabricación de calzado.

Gráfico 3
México: OFDI China (1999-2018) (porcentaje de la IED total)

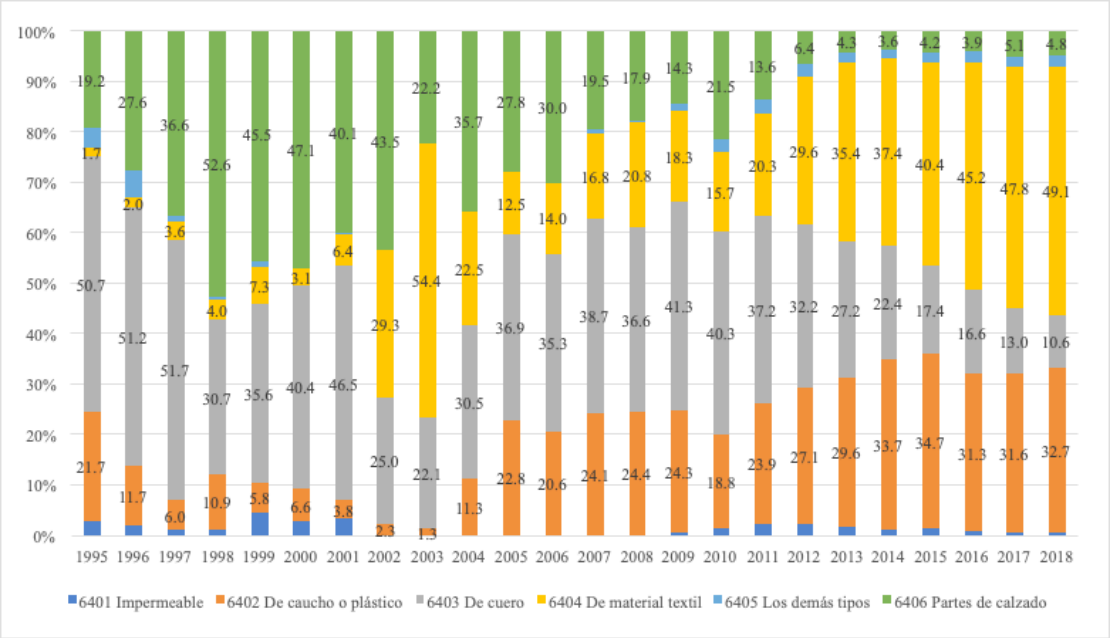


Fuente: elaboración propia con base en SE (2019).

Tercero. Entre 1995 y 2018, la participación de China como origen de las importaciones mexicanas de la cadena del calzado (capítulo 64) aumentó de 2.09% a 35.46% con un máximo de participación de 42.08% en 2015. En la estructura de las importaciones mexicanas de origen chino sobresale que el calzado de material textil se ha convertido en el principal tipo de calzado importado con una participación de 49.1% del total en 2018, seguido del calzado de caucho o plástico 32.7%. Las importaciones de calzado de cuero han perdido terreno y sólo aportan 10.6% del total de las importaciones de calzado (véase el gráfico 4).

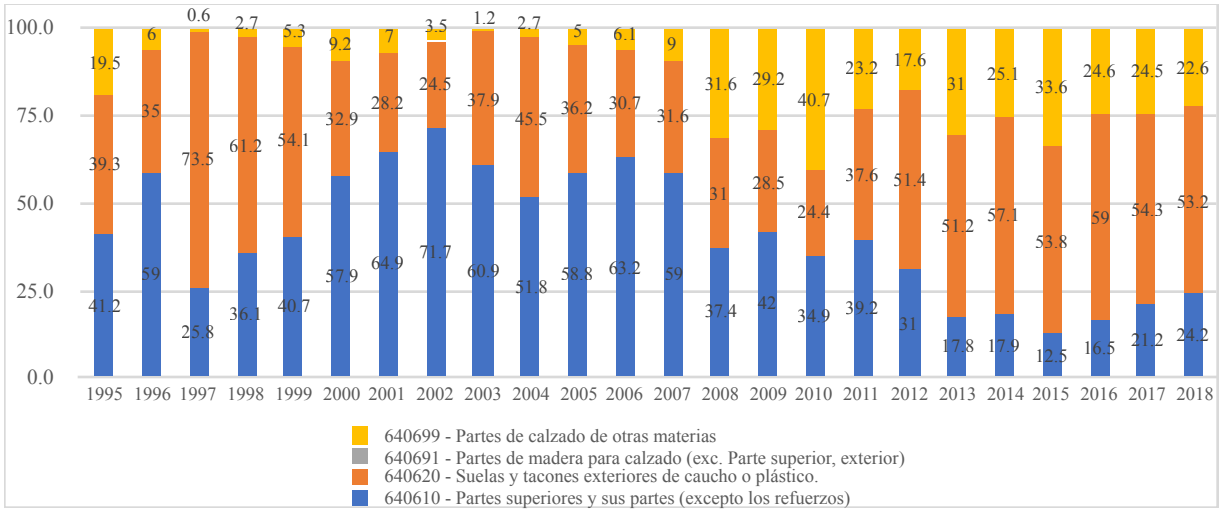
Adicionalmente, México importó en los últimos años más de 50 millones de dólares anuales de partes de calzado (partida 6406) y China es la más importante fuente de estas importaciones: en 2018 fueron por 19.6 millones de dólares: suelas y tacones exteriores de caucho o plástico (subpartida 640620), y partes de calzado de otras materias (640699) y partes superiores y sus partes, excepto los refuerzos (640610). Estos montos dan una dimensión del potencial de sustitución de las importaciones de partes de calzado, adicional a la capacidad que pudiera generar la producción realizada en México por nuevas inversiones, ya sea para el mercado doméstico o para exportaciones.

Gráfico 4. Estructura de las importaciones mexicanas desde China



1995-2018*Fuente: elaboración propia con base en datos del WITS-UN Comtrade.*

Gráfico 6. Estructura de las importaciones de partes de calzado de México provenientes de China (1995-2018)



Fuente: elaboración propia con base en datos del WITS-UN Comtrade.

Cuarto. También como resultado del creciente proceso de escalamiento y exposición internacional de la CVC de China, ésta ha experimentado un importante número de marcas de reconocimiento internacional y vinculadas con grupos industriales del calzado de Belle International Holdings, Camel Apparel, Daphne International y Yue Yuen, entre otros (véase el Anexo 1). El aspecto es de la mayor relevancia para la CVC de México y Guanajuato ya que un mayor conocimiento e interacción con empresas chinas de la CVC también pudiera ampliar y diversificar los canales de distribución de México y específicamente en el ámbito de las exportaciones, incluso para permitir exportar a China, considerando una creciente demanda de calzado de alto valor agregado, calidad y respectivos precios.

Quinto. En el Anexo 2 se identificaron -básicamente a través de su tamaño y exposición internacional- un grupo de empresas de la ciudad de Wenzhou que tuvieran el potencial tecnológico y financiero de realizar inversiones en México para la fabricación de proveeduría demandada en México y en Guanajuato.

Se trata en todos los casos de empresas proveedoras en China e internacionalmente y, en algunos casos, con marcas propias. En varios casos, incluso, ofrecen productos relevantes para la proveeduría de la CVC y la cadena autopartes-automotriz.

Sexto. Por último, el Anexo 3 del documento presenta un grupo de instituciones chinas relevantes para mantener un contacto por parte de instituciones públicas y privadas mexicanas interesadas en la CVC. A nivel nacional, la Asociación de la Industria del Cuero de China (CLIA, por sus siglas en inglés) y el Consejo Nacional de la Industria Ligera de China son referentes indispensables en la CVC china. Existen, adicionalmente, instituciones a nivel provincial y local de las respectivas ciudades. Se identificaron, además del CCPIT en la provincia de Zhejiang y para la ciudad de Wenzhou, la Expo Internacional de Cuero, Material de Calzado y Maquinaria para la Fabricación de Calzado de Wenzhou, con más de dos décadas de llevarse a cabo.

Propuesta 6. Para la atracción de inversión extranjera directa desde China, sería importante que México firmara el Memorandum de Entendimiento del BRI y fuera miembro del AIIB; por el momento en ambos casos no se ha iniciado una discusión al respecto en México. En aras de permitir un grupo de actividades para la atracción de IED china en la CVC de México y en Guanajuato, se propone que la CICEG se pronunciara públicamente al respecto y dirigiera respectivos escritos a la Secretaría de Relaciones Exteriores y a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Propuesta 7. Por el momento no existe IED china en México en la CVC. Con base en el análisis presentado la IED china en México y en Guanajuato no sólo permitiría sustituir importaciones y crear una base productiva con mayor competitividad para las actividades orientadas hacia el mercado interno, sino que también pudiera generar nuevos canales de distribución a través de las marcas internacionales chinas.

Se propone que la CICEG presente una iniciativa –con base en las propuestas presentadas en este documento- que además se oriente hacia las empresas e instituciones del gobierno central de la provincia de Zhejiang y la ciudad de Wenzhou. La Embajada de México en Pekín y particularmente el Consulado de México en Shanghái pueden ser aliados importantes en estos esfuerzos, además de la SE y la SRE.

Propuesta 8. El esfuerzo de atracción de IED china para la proveeduría de la CVC en México, debiera concentrarse en la sustitución de importaciones general de la CVC proveniente de China: en la IED y fabricación de partes de calzado y puntualmente de suelas y tacones exteriores de caucho y plástico, partes de calzado de otras materias, y partes superiores y sus partes, excepto los refuerzos, así como las respectivas fracciones señaladas arriba.

3.Conclusiones y propuestas

El documento busca presentar en forma breve y funcional algunas de las características de la cadena de valor del calzado en China; sin lugar a dudas se pudiera y debiera realizar en el futuro un examen con mayor detalle. En términos cuantitativos la CVC de China refleja un tamaño y escala impresionante: si bien su participación en el empleo y el PIB es superado por un grupo de actividades manufactureras chinas, la producción de alrededor de 13,000 millones de pares que representan alrededor del 57% de la producción global de calzado y 2.5 millones de empleos en China; llama la atención que el promedio de empleo por empresa es de 303 trabajadores, y muy por encima del promedio de las empresas mexicanas de la CVC. Con alrededor del 70% de las exportaciones mundiales, las empresas chinas en la actualidad han logrado un proceso de internacionalización y escalamiento de la mayor relevancia. Un grupo de provincias –Zhejiang y Guangdong, entre otras- y ciudades –incluyendo Wenzhou- concentran un alto porcentaje de las actividades vinculadas con la CVC en China.

Además de estos aspectos cuantitativos, es de la mayor relevancia para México el sustantivo proceso de escalamiento tecnológico que China ha logrado en las últimas décadas: China no sólo cuenta con prácticamente todos los segmentos de la CVC, sino que crecientemente con canales de distribución, marcas, exportaciones, masivas inversiones en nuevos materiales y equipo y conocimiento en una multiplicidad de mercados. China, por último, también consume casi el 20% del calzado global y con una creciente sofisticación en su demanda. Todos estos aspectos son críticos para el potencial acercamiento y búsqueda de IED china en la CVC en México y en Guanajuato.

Las ocho propuestas reflejan la enorme importancia estratégica de China para la CVC de México y Guanajuato. En aras de buscar la atracción de IED china, la primera sección propone una perspectiva más holística y general en la relación México-China y con respecto a esfuerzos específicos para lograr un hermanamiento entre las ciudades de León y Wenzhou.

Si bien el esfuerzo –y paralelo a la atracción de IED china- pudiera ser de más largo plazo, también pudiera generar resultados insospechados y de gran valía: intercambios educativos y académicos vinculados a la CVC y un mayor conocimiento de la CVC en China, con un potencial significativo en otros segmentos.

La segunda sección propone un grupo de aspectos más puntuales en torno a una agenda de atracción de IED china en la CVC de México y Guanajuato: partir de los grupos empresariales, marcas e instituciones existentes en Zhejiang y particularmente en Wenzhou, además del potencial de contactos de instituciones federales en México (SRE, SHCP, respectivas embajadas y Consulado de México en China, etc.).

Si bien la SRE y la SE pudieran jugar un papel relevante para este agenda de atracción de IED china, es la CICEG la que debiera convertirse en el motor y catalizador de esta iniciativa. No se trata de un esfuerzo caro y de largo plazo, sino que de movilizar a un grupo de funcionarios durante un período relativamente corto y en paralelo: entre instancias federales (SRE, SE y SHCP) y esfuerzos propios

directos con instancias chinas, la Embajada y el consulado de México en Shanghái, entre otros.

Por último, es importante señalar que esta estrategia con certeza sobrellevará las expectativas iniciales concentradas en la atracción de IED china: la República Popular China y la CVC china son mucho más que fuente de IED y con certeza pudieran generar efectos relevantes en el corto, mediano y largo plazo, tanto en las propias empresas como en las relaciones entre empresas, mayores y nuevas habilidades del entorno y los trabajadores, etc. El proceso, sin lugar a dudas, requerirá de un acompañamiento y evaluación periódica.

4.Bibliografía

- ACLE (All China Leather Exhibition). 2018. Report on 2017 China´s Leather & Footwear Industry and ACLE2018. Forecasts by CLIA. ACLE: Beijing.
- Begg, Roland. 2019. “Roland Begg: Transformation and Upgrading of Supply Chain in China´s Footwear Industry”. Internet Data Center – 199IT, julio 25.
- China Leather Industry Association. 2017. “Overall Status of China’s Leather and Footwear Industry in 2017”. CLIA, China.
- China Leather Industry Association. 2015. “Development of China Leather and Footwear Industry”. CLIA, China.
- Clothier, Anthony. 2005. The Chinese footwear industry and its influence on the world trade. UNIDO: León, Mexico
- Dussel Peters, Enrique. 2019/a. China´s Recent Engagement in LAC and the Caribbean: Current Conditions and Challenges. Atlanta: The Carter Center.
- Dussel Peters, Enrique. 2019/b. Monitor de la OFDI de China en América Latina y el Caribe 2018. México:Red ALC-China.

- Dussel Peters, Enrique. 2019/c. “China´s Overseas Foreign Direct Investment in Mexico (2000-2018)”. In, Dussel Peters, Enrique (coord.). China´s Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean. Conditions and Challenges. México: Red ALC-China, UDUAL y UNAM/Cechimex, pp. 309-328.
- Dussel Peters, Enrique y Lesbia Pérez Santillán. 2019. Hacia una agenda para el fomento de la competitividad de la cadena de valor del calzado en México (2019-2024). México: CICEG y UNAM/ Cechimex.
- Dussel Peters, Enrique. 2016. “Efectos del TPP en la cadena de valor del calzado en México. La industria del calzado en Vietnam”. CICEGCECHIMEX/UNAM: México.
- Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC). 2018. “Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean, 2018”, Santiago, 2018.
- FMI (Fondo Monetario Internacional). 2019. “IMF DataMapper. GDP based on PPP, share of world”. En: https://www.imf.org/external/datamapper/PPPSH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD. Consultado en agosto de 2019.

- Gereffi, Gary. 2009. “Development Models and Industrial Upgrading in China and Mexico”. European Sociological Review 25(1), pp. 37-51.
- Hasan, Mohammadmaruf. 2018. “Chinese Outward Foreign Direct Investment in Developing Countries: A Case Study of Bangladesh”. Global Journal of Management and Business Research 18(6), pp. 1-15.
- Hou, Jun, Gelb, Stephen y Linda Calabrese. 2017. “The Shift in Manufacturing Employment in China”. Background Paper. Supporting Economic Transformation (SET) Programme. UK Department for International Development.
- Huang, Zuhui, Zhang, Xiaobo y Yunwei Zhu. 2006. “The Formation of Wenzhou Footwear Clusters: How were the Entry Barriers Overcome?” International Association of Agricultural Economists Conference. Australia.
- Morgan, Stuart. 2017. “The global movement of footwear production” SATRA Bulletin disponible en: https://www.satra.com/bulletin/article.php?id=1856 ,consultado en junio de 2019.

- NBS (National Bureau of Statistics). 2018. China Statistical Yearbook 2018. NBS: China.
- Oropeza García, Arturo. 2018. "China Bri. El nuevo camino de la seda" IDIC, CONCAMÍN, UNAM.
- Ortiz Velásquez, Samuel. 2016. "La industria del calzado en Vietnam. Apuntes para su comprensión en 2016". En, Dussel Peters, Enrique (coord.). Efectos del TPP en la industria del calzado en México. La industria del calzado en Vietnam. CICEG y Cechimex: México, pp. 89-125.
- Portuguese Footwear Components and Leather Goods Manufacturers´ Association (APICCAPS). 2014. "Footwear Consumer 2030. Incorporating Global Trends to Foresight Footwear Market". World Footwear, ¨Portuguese Shoes.
- UE (Unión Europea). 2014. Chinese Outward Foreign Direct Investment in the EU. UE: Bruselas.
- UNIDO (United Nations Industrial Development Organization). 2016. Marking the 50th Anniversary of UNIDO-China Cooperation. UNIDO: Viena.

- UNIDO. 2019. Statistical Indicators of Inclusive and Sustainable industrialization. Biennial Progress Report 2019.UNIDO: Viena.
- Wang, Huiyao y Lu Miao. 2016. China Goes Global. How China´s Overseas Investment is Transforming its Business Enterprises. New York, NY. Palgrave Macmillan.
- Wang, Jici y Lixia Mei. 2009. "Dynamics of labour-intensive clusters in China: Relying on low labour costs or cultivating innovation? International Labour Organization (International Institute for Labour Studies) Geneva.
- Xu, Jiajun, Stephen, Gelb, Jiewei, Li y Zuoxiang Zhao. 2017. "Adjusting to rising costs in chinese light manufacturing. What opportunities for developing countries?". Supporting Economic Transformation (SET). UK aid from the British people.
- Zhang, Xiuping y Bruce, Corrie. 2018. Investing in China and Chinese Investment Abroad. Pekín: Tsinghua University Press.

Anexo 1. Algunas empresas del calzado en China

1.Belle International Holdings Limited （百 丽 集团）

Belle es la marca de calzado para mujeres más grande de China, representa casi el 25% de la cuota de mercado. Establecida en ShenZhen, Guangdong, en 1991; Belle ha estado fabricando, distribuyendo y vendiendo productos de calzado elegantes, fáciles de mezclar y combinar en sus mercados nacionales e internacionales. Belle también posee varias marcas de calzado importantes en China, entre ellas Belle, Staccato, Joy & Peace, Millie's, Jipi Japa, etc.; y distribuye calzado bajo las marcas autorizadas de Bata, Caterpillar, Clarks, Fitflop, Hush Puppies, Mephisto, etc.

2. Daphne International Holdings Limited（达芙妮 集团）

Daphne International Holdings Limited es un holding de inversiones con sede en Hong Kong, que también es uno de los fabricantes de calzado más grandes de China. La compañía opera a través de varios segmentos, incluyendo las ventas de productos de calzado bajo Daphne y Shoe Box y otras marcas, la fabricación de productos de moda y accesorios y las empresas de comercio electrónico a través de sus filiales. La compañía opera principalmente sus negocios en China, Asia, Europa y América del Norte.

3. Red Dragonfly（红 蜻蜓）

Red Dragonfly Footwear Co., Ltd es una de las más importantes empresas de calzado en China, y su negocio principal es la fabricación y venta de calzado y prendas de cuero bajo la marca Red Dragonfly. También es uno de los mayores fabricantes de zapatos de cuero en China. Los principales productos de la compañía son zapatos para hombres y mujeres para adultos, zapatos y ropa para niños, cinturones de cuero, carteras de cuero, bolsos y maletas de cuero, entre otros.

4. Yue Yuen Industrial (Holdings) Limited（裕元 集团）

Yue Yuen Industrial Holdings , con sede en Hong Kong, es el fabricante de calzado deportivo y casual de marca más grande del mundo. Yue Yuen también opera una de las redes minoristas más grandes de calzado y prendas de vestir en la región de la Gran China. Es conocido en el mercado mundial como el fabricante de equipos originales (OEM) y el fabricante de diseños originales (ODM) para muchas de las principales marcas internacionales de calzado, como Nike, Crocs, Adidas, Reebok, Asics, New Balance, Puma, Timberland. Debido a sus productos de calzado cada vez más populares, se espera que Yue Yuen Industrial Holdings continúe siendo un factor de influencia clave entre los mejores fabricantes de calzado en China durante mucho tiempo.

5. Zhejiang Aokang Shoes Co. Ltd. (鞋业)

Fundada en 1988 con su sede en Wenzhou, Zhejiang, Zhejiang Aokang Shoes Co. Ltd es otro fabricante líder de calzado de cuero que opera en China e internacionalmente. Proporciona confort y zapatos de podómetro para hombres y mujeres. La compañía ofrece sus productos de calzado bajo las marcas Aokang, Kanglong, Redess, MeiRie y VALLEVERD a través de sus más de 4000 tiendas y otros minoristas en China.

6. Spider King (蜘蛛王皮鞋)

Spider King Group , también con sede en Wenzhou, Zhejiang, es uno de los fabricantes y distribuidores de calzado más grandes en China. La compañía se especializó en la producción y venta de zapatos de cuero comerciales, zapatos casuales, zapatos de tacón de moda y muchos más. Su red de ventas cubre en todo el mundo con más de 2,000 distribuidores y minoristas con licencia en China. La empresa también cuenta con la certificación del logotipo de cuero de China y la certificación del sistema de calidad internacional IS09002.

7. Anta（安踏）

Establecida en 1994 y listada en la Bolsa de Valores de Hong Kong en 2007, ANTA Sports Products Limited es líder en el mercado de ropa deportiva y uno de los mayores fabricantes de calzado deportivo en China con un valor de mercado de más de USD 7.39 billones en 2016. Implica negocio de diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de ropa deportiva, incluidos calzado y accesorios deportivos con su propia marca, ANTA. Anta Sports también es patrocinador oficial de numerosos equipos deportivos, y de jugadores y asociaciones de alto perfil como Klay Thompson, Rajon Rondo, Chandler Parsons, Kevin Garnett de la NBA y la leyenda del boxeo filipino Manny Pacquiao.

8. Yearcon（意 尔康 皮鞋）

Fundada en 1992, Yearcon es una de las empresas de calzado más populares y galardonadas en China que diseña, desarrolla, fabrica y vende zapatos con operaciones en todo el país. En la actualidad, Yearcon tiene más de 6000 empleados que trabajan en sus 35 centros de ventas regionales en todo el territorio, así como más de 3,000 tiendas franquiciadas.

9. Li-Ning (李宁)

Fundada por el legendario gimnasta chino Li Ning en 1989, Li-Ning Company Limited es una de las compañías de marcas deportivas más grandes de China, que proporciona principalmente artículos deportivos, como calzado, indumentaria, equipos y accesorios para fines profesionales y de ocio, principalmente bajo la ley Li-Ning.

Los zapatos deportivos son la categoría de productos más vendidos de la compañía, lo que hace de Li-Ning uno de los fabricantes de zapatos más grandes de China en la actualidad. También ha establecido un extenso sistema de gestión de la cadena de suministro y una red de distribución minorista en China.

10. Camel Apparel Ltd (骆驼 鞋)

Camel es una de las marcas de calzado más vendidas en China, que es propiedad de su empresa matriz Camel Apparel Ltd con sede en Guangzhou, Guang Dong. Camel es bien conocido en China por su diseño, fabricación, distribución, venta al por menor y exportaciones de zapatos de cuero, zapatos para exteriores y zapatos casuales. También es la marca de calzado más vendida en la principal plataforma de comercio electrónico de China, Taobao.com.

Anexo 2. Empresas chinas con potencial para inversiones con México

Nombre de la empresa o grupo	Perfil	Dirección, contacto e información en la red
Wenzhou Jinhang International Trade Co., Ltd.	Empresa que produce y comercializa suelas	Rm 705, Huasheng Building, Wenzhou, Zhejiang, China **Tel. 86-15825679097** https://wzjinhang.en.made-in-china.com/company-Wenzhou-Jinhang-International-Trade-Co-Ltd-.html

Jinjiang Shubao Shoes Materials Co., Ltd.	Se especializa principalmente en la producción de plantillas de PU, plantillas magnéticas, plantillas de EVA, plantillas médicas, plantillas de látex, plantillas de salud y desodorantes, plantillas de rectificación, plantillas de diabetes, plantillas de masaje de punto, plantillas de zoom, plantillas de líquidos, plantillas de gel, plantillas deportivas, plantillas funcionales y almohadillas para el cuidado de los pies. Con más de 300 artículos, han llegado a ser marcas famosas como proveedor de la compañía de zapatos.	Qinghua Industry,Qingyang Town,Qinglian Village **Phones** **86-595-85693060** **Fax 86-595-85613302** www.jjshubao.com.cn

Wenzhou Yilian Industrial Co., Ltd.	YILIAN se especializa en la fabricación de zapatos desde el año 2005. Sus máquinas de zapatos incluye low pressure PU pouring machine, máquina de PU de dosificación de color, máquina de PU de tipo banana, máquina de PU de tipo rotatorio, piezas de repuesto para máquina de PU, máquina de PU para filtro de sello, máquina de moldeo por inyección, Máquina de inyección de EVA, máquina de inyección de PVC / PCU / TR, máquina de prensado de suela de goma, máquina atascada en línea, transportadores, máquina de coser, molde para zapatos, etc. Las máquinas pueden hacer suelas, sandalias, zapatillas, correa, botas de lluvia con material EVA . TR, TPR, TPU, PVC.	Room 614, Block 6, Wanda Plaza, Yongding Road, Longwan, Wenzhou, Zhejiang, China **Tel. 86-577-55590380** https://wzyilian.en.made-in-china.com/company-Wenzhou-Yilian-Industrial-Co-Ltd-.html

Ruian Sanneng International Trade Co., Ltd.	Sanneng International Trade Corporation es una empresa profesional de importación y exportación de productos comerciales. La empresa ubicada en la ciudad de Rui'an, que es una ciudad de Wenzhou a nivel de condado en la costa este de la provincia china de Zhejiang.	Rm. 301, C Building, Times Tower, Luoyang Ave., Ruian, Wenzhou, Zhejiang, China **Tel. 86-577-66806158** https://sanneng.en.made-in-china.com/company-Ruian-Sanneng-International-Trade-Co-Ltd-.html
Winiw International Co., Limited	Winiw International Co., Ltd, proveedor de cuero sintético de microfibra, cuero de automóvil, cuero de sofá de muebles, cuero de zapatos, cuero de prendas de vestir, cuero de guantes, cuero de PU de alta calidad y cuero de imitación, mejor sustituto de cuero y materiales alternativos, etc.	Address: 6-1105 Hujing Garden Shuanggou Meiling Street Jinjiang Quanzhou Fujian China Contact: Galen Shen **Mobile: +86-189 6568 7670** **Phone: +86-595 8800 8155** **WhatsApp: +86-189 6568 7670** **Skype:microfiberleather** **Email:info@microfiberleather.com** http://www.microfiberleather.com/content/2-contact-us/

Wenzhou Sanneng Shoes Co., Ltd	Ruian Sanneng Micrown Shoes Company fue fundada en 2005. La empresa está ubicada en la ciudad de Rui'an, que es una ciudad de Wenzhou a nivel de condado en la costa este de la provincia china de Zhejiang. Produce principalmente productos de seguridad, como calzado de seguridad para el trabajo, calzado de protección laboral, calzado de montaña, botas de policía y militares.	No. 180 Gongruishan Road, Ruian, Wenzhou, Zhejiang, China **Tel. 86-577-66806158** https://micrown.en.made-in-china.com/company-Wenzhou-Sanneng-Shoes-Co-Ltd-.html

Anexo 3. Marco institucional y de apoyo a la cadena del calzado en China

Asociación o Evento	Descripción	Contacto
Asociación de la Industria del Cuero de China (CLIA, por sus siglas en inglés)	Principal organización de la cadena del cuero y calzado en China. Se estableció en 1988 y cubre todas las partes de las industrias de cuero y productos de cuero y sus proveedores, junto con las instituciones de investigación y capacitación que apoyan a la industria. CLIA cuenta hoy con más de 1,300 miembros. Como una función de puente y vinculación entre el gobierno y las empresas, CLIA debe realizar el trabajo encomendado por el gobierno, implementar políticas y decretos gubernamentales, así como promover el desarrollo de la industria del cuero.	Dirección: No. 6, Dongchang An Street Beijing 100740 Beijing **Tel. 86 1065226009,** **86 1065225892.** **Fax 861065225150** **Email luhua@chinaleather.org** Website www.chinaleather.org/eng

Consejo Nacional de la Industria Ligera de China (CNLIC)	Es en parte, la organización sucesora del antiguo Ministerio de la Industria Ligera de China, pero sin funciones de control. Representa un canal entre el Gobierno (que normalmente no se ocupa de temas específicos por sector) y la industria privada en unos 40 sectores. En la industria ligera de exportación sobresale la cadena del calzado y otros productos de cuero.	B22, Fuwai Street Beijing, China **Zip code: 100833** **Tel. 010-68396228** http://en.clii.com.cn/contact.html

Wenzhou International Leather, Shoe Material & Shoe Machinery Fair	La (Wenzhou) International Leather, Shoe Material & Shoe Machinery Fair (Feria internacional de la industria del calzado y cuero de Wenzhou) se ha celebrado con éxito durante 23 años y es el evento de asistencia obligatoria y una plataforma estratégica para comerciantes, compradores y todos los profesionales involucrados en la industria del cuero de todo el mundo. La feria se celebró del 23 al 25 de agosto de 2019 en el Centro Internacional de Convenciones y Exposiciones de Wenzhou.	Información en: **Tel.+86 021-80231176** rm.2115, 21F, East Ocean Centre Phase II, No.618 East Yan An Road, Shanghái, 200001 China http://www.chinaleatherfair.com/

All China Leather Exhibition (ACLE)	Es una feria internacional de cuero en China. ACLE es conocido como el principal evento para compañías internacionales que buscan oportunidades en los grandes mercados de China: el foco de la industria mundial del cuero. Desde su inicio en 1998, ACLE ha dado la bienvenida a cientos de miles de compradores profesionales de las principales provincias de curtiembre y artículos de cuero / calzado de China continental.	Evento organizado por CLIA. China Leather Industry Association Room 709, 7/F, Tower C2, Finance Fortune Center, No. 18 Xizhimenwai Ave., Xicheng District, Bejing, China (Postal Code: 100044) Tel: 010-85113973 **Fax: 010-52283949 85110167** Contact: Zhang Tie Shan, Wu Hong Wei https://www.aclechina.com/en-us/#

Instituto de Investigación Industrial de Cuero y Calzado de China (CLFI por sus siglas en inglés)	El Instituto de Investigación Industrial de Cuero y Calzado de China (China Leather and Footwear Industry Research Institute, CLFI), afiliado a China Light Industry Group Company, es el único instituto de investigación estatal, profesional e integrador de la industria del cuero y calzado en China. CLFI es la organización tecnológica con mayor autoridad en la industria del cuero y calzado, también una empresa de investigación científica y una entidad económica que incluye la investigación científica, la industria y el comercio. El Instituto de Investigación Industrial de Cuero y Calzado de China (CLFI) se fundó en marzo de 1959. Durante 40 años, CLFI se ha dedicado a la investigación, el desarrollo y la aplicación de la ciencia y la tecnología en los campos del cuero, calzado, pieles, productos de cuero, materiales, equipos, aparatos, protección del medio ambiente, estándares, pruebas e información, etc. y ha hecho una gran contribución al desarrollo de la industria de cuero y calzado de China.	No. 18 Jiangtai West Road, Chaoyang District of Beijing, the People's Republic of China (Postal Code: 100016) **Teléfono: 010-64362592 Fax: 010-64362594** http:// www.clf.cn/

Fuente: elaboración propia.

LEÓN
Blvd. Adolfo López Mateos 3401 Ote.
Fracc. Julián de Obregón
Tel.: +52 (477) 152 9000
Lada sin costo: 522 42 34 y 248 9000
A.P. 1 - 17 | C.P. 37290

info@ciceg.org
www.ciceg.org

Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato

CENTRO DE ESTUDIOS CHINA-MEXICO
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO